警告表示の親近性と提示領域の効果

～高齢者の視線移動の分析を通して～

○法理樹里[1]・山田健太[2]・山下富美代[1]
([1]立正大学大学院心理学研究科・[2]株式会社電脳)
キーワード: 警告表示，親近性，眼球運動

Effects on Familiarity and Visual angle of Warnings

Juri HORI[1], Kenta YAMADA[2], Fumiyo YAMASHITA[1]
([1]Graduate School at Rissho University, [2] DENNO Co.,LTD)
Key words: Warnings, Familiarity, Eye movements

目　的

こんにゃくゼリーによる高齢者の窒息事故に見られるように，必要な警告情報を適切に得ることができずに死に至るような重大な事故が近年多く報告されている。商品の警告が消費者に届かない理由として，1）消費者が警告を見ない 2）消費者が警告を理解できない 3）消費者が警告を無視するといった 3 点があげられている（Wogalter,Brelsfod,Desaulniers & Laughery,1991)。

このような状況から，どのような警告表示がどのような個所に貼付される場合に消費者の注意を引きつけるかが問題としてあげられる。本研究では，非言語的なコミュニケーションツールの一つとして，リスクコミュニケーションに多く用いられる「警告表示」の有効性について，特に高齢者に焦点を置き，探索的な検討を行うことを目的とする。

方　法

実験参加者：都内在住健常高齢者男女 13 名(平均年齢 72.5 歳)・関東在住若齢者男女 11 名(平均年齢 22.5 歳)

刺激：実際の i-Pad の取扱説明書を基にして，本実験用に警告表示を貼付し、作製した A4 サイズの取扱説明書 6 種： 取扱説明書は，親近性の高い警告表示を左側に記載，親近性の高い警告表示を右側に記載，親近性の低い警告表示を左側に記載，親近性の低い警告表示を右側に記載，文字による警告を左側に記載，文字による警告を右側に記載（Figure 1)。

1. 安全性と取り扱いに関する重要な情報

「この製品についての重要なお知らせ」には、iPadの安全、取り扱い、廃棄、リサイクル、法規制の順守、およびソフトウェアに関する情報が含まれています。

リサイクル、廃棄、および環境に関するその他の情報は、「iPadユーザーガイド」を参照してください。

負傷を避けるため、iPadをお使いになる前に、以下の安全性に関する指示、および操作方法をよお読みください。

警告：以下の安全性に関する指示を守らない場合、iPadその他の物品に火災、感電、その他の負傷や損害が生じるおそれがあります。

火気のある場所を避ける

本体の変形や破損につながります。また、爆発性雰囲気のある場所内では電源を切ってください。危険場所内では、火花により爆発や火災が生じる危険性があり、重大な事故に至るおそれがあります。

iPadの修理/改造をしない

絶対にipadを自分で修理したり改造したりしないでください。iPadを解体すると本体が故障する危険性があります。ご自分で行った作業が原因で発生した故障に対して、製品保証は適用されません。

iPadの充電について

電源アダプタを使ってipadを充電する場合は、コンセントに差し込む前に、電源アダプタが完全に組み立てられていることを確認してください。確認後、電源アダプタをコンセントにしっかりと差し込んでください。

Figure 1 実験使用取扱説明書例
(親近性高右側提示用)

装置：眼球運動の計測には，NAC アイマークレコーダー EMR-8B を使用した.

手続き：椅子に実験参加者を着席させ，アイカメラを装着し，実験者から約 30 ㎝離れた個所に A4 の取扱説明書を提示した。実験参加者には，自分のペースで普段通りに読み進めるよう求めた。

結　果

アイカメラデータの条件は，最小停留時間を 0.03sec とした。各警告表示に向けられた注視個数（0.03sec）をカウントし，後の分析に使用した。本実験でのアイカメラデータの有効サンプル数は，高齢者 7 名・若齢者 6 名であった。

警告表示の親近性と提示位置の有効性の確認のため，年齢（高齢者・若齢者）×警告表示（親近性高群・親近性低群・文字表記群）×提示領域（左側・右側）の 3 要因分散分析を行った（Figure 2)。

その結果，警告表示×提示領域の 1 次交互作用に有意差が認められた（$F(2,22)=9.22, p<.01$)。
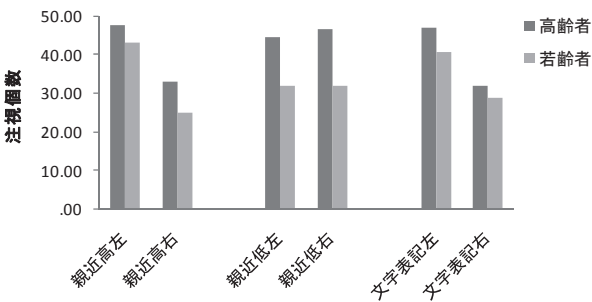
Figure 2　警告表示への注視個数

考　察

以上の結果から，警告表示の親近性別に，提示位置を操作することによる有効性が示唆された。また, これらの結果に, 年齢の要因は影響していなかった。すなわち，親近性別に提示位置を操作した情報提供を行うことにより，年齢差を削減できたと言える。 親近性の高い警告表示は左側に提示する，親近性の低い警告表示は右側に提示するというような情報提供の仕方が，文字表記に相当するヴィジュアル・コミュニケーションツールとして警告表示が機能すると考えられる。

*本研究は，第 44 次吉田秀雄記念事業財団の研究助成を受けて行った研究の一環である。

引用文献

Wogalter,M.S., Brelsford,J.M.,Desaulniers,D.R., & Laughery,K.R. 1991 Consumer product warnings:The role of hazard perception.*Journal of Safety Reserch*,**22**,71-82.